

**HUBUNGAN ANTARA *SELF CONTROL* DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**SKRIPSI**

*Diajukan kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Psikologi Sebagai Salah Satu  
Persyaratan Guna Meperoleh Gelar Sarjana Psikologi*



Oleh:

DINA AMELIA

NIM. 1305136

Dosen Pembimbing:

Rinaldi, S. Psi., M.Si.

**JURUSAN PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2019**

HUBUNGAN ANTARA *SELF CONTROL* DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

SKRIPSI

*Ditujukan kepada Tim Penguji Skripsi Jurusan Psikologi Sebagai Salah Satu  
Persyaratan Utama Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi*



Oleh:  
Dina Amelia  
NIM. 1305136

JURUSAN PSIKOLOGI  
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2019

## بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*(Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang) Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah, Bacalah, dan Tuhanmulah yang maha mulia yang mengajar manusia dengan pena, Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuhi mereka*

*(QS: Al-'Alaq 1-5)*

*Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman*

*(QS: Al-Mujadilah 11)*

*Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **"HUBUNGAN ANTARA SELF CONTROL DENGAN PERILAKU KONSUMTIF"** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.*

*Perjalanan panjang telah saya lalui dalam rangka perampungan penulisan skripsi ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga saya berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya saya mengucapkan terima kasih kepada:*

- 1. Kedua Orangtua, ayahanda Munir dan Ibunda tercinta Lastri yang senantiasa memberikan kasih sayang dan dukungan kepada Saya.*
- 2. Kepada Bapak Rinaldi, S.Psi., M.Si selaku pembimbing. Terima kasih atas segala bimbingan, ajaran, dan ilmu-ilmu baru yang saya dapatkan dari selama penyusunan skripsi ini. Dengan segala kesibukan masing-masing dalam pekerjaan maupun pendidikan, masih bersedia untuk membimbing dan menuntun saya dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih dan mohon maaf bila ada kesalahan yang saya telah lakukan.*
- 3. Kepada Abangku Ari Rahman dan Saudari kembarku Dini Amelia yang telah menyemangati.*

4. Segenap dosen pengajar pada Jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang atas ilmu, pendidikan, dan pengetahuan yang telah diberikan kepada saya selama duduk dibangku kuliah dan Segenap Staf Pegawai Jurusan Psikologi yang telah banyak membantu saya selama ini.

5. Sahabat-sahabatku seperjuangan febbry kartika sari yang sudah banyak memberikan support, saran, masukan dan motivasi dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih kepadamu, semoga Allah membalas semua kebaikan kamu, dan dipermudah segala urusan kamu, dan juga terimakasih kepada monica yilma yang sudah memberikan semangat dalam proses skripsi saya, selanjutnya buat teman-teman saya Agnes, hg ica, uni ayu, kak maida, dan teristimewah adik saya trisna wardani yang sudah memberikan semangat buat saya, semoga ina cepat kelar sripsinya, yang sudah memberikan motivasi kepada saya. Dan terimakasih kepada teman-teman satu bimbingan, utari, tya, zikri, weni, devi, dina, tuti, yang tidak bisa aku sebutkan terimakasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan dan terimakasih banyak juga kepada kak li dan om Herman sebagai ibuk kost dan bapak kost, dimana mereka orang tua kedua bagi saya di bukittinggi, terimakasih atas nasehat, masukan dan kebaikan yang tidak bias di tulis satu persatu. Semoga Allah membalas kebikan oom dan kak ii, dan semoga kita tetap berkomunikasi dan silaturahmi kalau dina tidak dibukittinggi lagi, dan banyak kisah dan kenangan di kost ini.

6. Seluruh teman-teman angkatan 2013 Psikologi. Terimakasih atas dukungan moral dari kalian semua.

Akhir kata, saya mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat. Saya pun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan semoga Allah SWT memberi lindungan bagi kita semua.

Bukittinggi, Oktober 2019

Dina Amelia

## PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Pendidikan  
Universitas Negeri Padang

Judul : Hubungan Antara *Self Control* dengan Perilaku Konsumtif  
Bahanja *Online* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri  
Padang  
Nama : Dina Amelia  
NIM : 1305136  
Jurusan : Psikologi  
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Bukittinggi, Oktober 2019

### Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Rinaldi, S.Psi, M.Si	1. 
2. Anggota : Devi Rusli, S.Psi, M.Si	2. 
3. Anggota : Zulian Fikry, S.Psi, M.A	3. 

PERSETUJUAN SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA *SELF CONTROL* DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PADA MAHASISWA  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Nama : Dina Amelia  
NIM : 1305136  
Jurusan : Psikologi  
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Bukittinggi, Oktober 2019

Disetujui oleh :  
Pembimbing



Rinaldi S. Psi, M.Si  
NIP. 197910122003121001

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya Dina Amelia dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan ini pernyataan ini maka saya bersedia gelar kemajanaan saya dicabut.

Bukittinggi, Oktober 2019

Yang Menyatakan,



Dina Amelia

## ABSTRAK

**Judul : Hubungan Antara *Self Control* Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang**

Nama : Dina Amelia

Pembimbing : Rinaldi,S.Psi.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara *Self Control* Dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian menggunakan kuantitatif korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa psikologi universitas negeri padang dengan jumlah subjek 100 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Alat pengumpulan data menggunakan skala *self control* dan perilaku konsumtif. Analisis data menggunakan *product moment correlation coefisien*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan negative antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa universitas negeri padang( $r=-0,200;p=0,046$ ).

**Kata kunci:** *Self Control*, Perilaku Konsumtif Belanja Online, Mahasiswa.



## ABSTRACT

***Title : The relationship between self control and consumer behavior online shopping in students at padang state university***

*Name : Dina Amelia*

*Advisors : Rinaldi, S.Psi., M.Si*

*This study aims to The relationship between self control and consumer behavior online shopping in students padang state university. This research uses quantitative methods with quantitative correlational research designs. The population in this study were students padang state university with 100 students. The sampling technique used was purposive sampling. The Data collection tool using scale of self control and consumer behavior online shopping. Data analysis using product moment correlation coefficient. The results showed a negative relationship between self control and consumer behavior online shopping in students in students at padang state university ( $r=-0,200;p=0,046$ ).*

*Keywords: Self Control, Consumer Behavior Online Shopping , Students.*

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT, karena atas izin dan ridha-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Hubunga *Self Control* Dengan Perilaku Konsumtif Belanja *Online* pada Mahasiswa psikologi Universitas Negeri Padang”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan dan memperoleh gelar Sarjana Psikologi pada Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang. Selama penyusunan skripsi ini peneliti telah banyak memperoleh bimbingan, nasehat dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Genefri, M.Pd., Ph.D., selaku Rektor Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Prof. Dr. Rusdinal, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Prof. Dr. Farah Aulia, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku ketua Jurusan psikologi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Rinaldi S.Psi., M.Si, selaku pembimbing yang telah banyak memberi waktu, petunjuk, saran, dan pengarahan dalam pelaksanaan penelitian sampai penyusunan skripsi.
5. Ibu Devi Rusli S, Psi., M.Si dan Bapak Zulian Fikri, S.Psi., M.A selaku penguji yang telah memberikan arahan dan bimbingan untuk penyempurnaan skripsi.

6. Teristimewah untuk ayah, ibu, abang dan adik yang selalu memberikan dukungan do'a dan kasih sayang tak terhingga kepada peneliti selesai skripsi ini.
7. Bapak dan ibu dosen sebagai staf pengajar beserta Staf administrasi jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang yang telah banyak memberikan bantuan, baik dalam pengajaran maupun kepentingan perkuliahan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti selama masa perkuliahan.
8. Kepada keluarga besar jurusan psikologi kepada pihak-pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penelitian dan teman-teman senangkatan 2013 yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan perkuliahan dan memberikan dukungan, bantuan serta semangat bagi peneliti.

Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik, masukan dan saran yang membangun dari pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca semua dan ikut dalam pengembangan khasanah ilmu pengetahuan, amin.

Bukittinggi, Oktober 2019

Peneliti

Dina Amelia

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACK .....	ii
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
LAMPIRAN.....	x

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7

### BAB II KAJIAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif .....	8
1. Pengertian Self Control .....	12
2. Aspek-Aspek Self Control .....	14
3. Faktro-faktor Self Control.....	15
B. Belanja Online.....	15
C. Hubungan antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Belanja Online.....	17
D. Kerangka Konseptual .....	18
E. Hipotesis.....	18

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	19
---------------------------	----

B. Definisi Operasional.....	20
C. Variabel Penelitian .....	20
D. Populasi dan Sampel .....	20
E. Instrumentasi dan Teknik Pengumpulan Data .....	21
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	22
2. Validitas Dan Reliabelitas.....	24
3. Teknik Pengambilan Data.....	26
4. Prosedur penelitian.....	27

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskriptif Data Subjek.....	29
B. Ddeskriptif Data Penelitian .....	30
C. Analisis Data .....	38
D. Pembahasan .....	40

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	45
B. Saran.....	46

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL 1.</b> Daftar Skor Jawaban <i>Item</i> .....	22
<b>TABEL 2.</b> <i>Blueprint</i> Skala <i>Self Control</i> .....	23
<b>TABEL 3.</b> <i>Blueprint Skala</i> Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> .....	24
<b>TABEL 4.</b> Rerata Hipotetik dan Rerata Empiris Skala <i>Self Control</i> dan perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> .....	30
<b>TABEL 5.</b> Kriteria Kategori Skala <i>Self control</i> Skor Subjek.....	31
<b>TABEL 6.</b> Rerata Hipotetik dan Rerata Empiris Skala <i>Self control</i> Per Aspek.....	32
<b>TABEL 7.</b> Pengkategorian Subjek Berdasarkan Aspek <i>Self Control</i> .....	33
<b>TABEL 8.</b> Kriteria Kategori Skala perilaku Konsumtif <i>Self Control</i> Skor Subjek .....	35
<b>TABEL 9.</b> Rerata Hipotetik dan Rerata Empiris Skala Perilaku konsumtif Belanja Per Aspek .....	36
<b>TABEL 10.</b> Pengkategorian S ubjek Berdasarkan Aspek Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> .....	37
<b>TABEL 11.</b> Hasil Uji Normalitas Sebaran Variabel <i>Self Control</i> dengan Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> .....	39

## DAFTAR GAMBAR

Kerangka Konseptual.....	18
--------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Skala Uji Coba <i>Self Control</i> .....	50
LAMPIRAN 2. Skala Uji <i>Coba</i> Perilaku Konsumtif Belanja Online.....	53
LAMPIRAN 3. Data Hasil Uji Coba <i>Self Control</i> .....	56
LAMPIRAN 4. Data Hasil Uji Coba Perilaku Konsumtif Belanja Online..	58
LAMPIRAN 5. Validitas Skala <i>Self Control</i> .....	60
LAMPIRAN 6. Reliabilitas Skala <i>Self Control</i> .....	63
LAMPIRAN 7. Validitas Skala Perilaku konsumtif Belanja Online.....	65
LAMPIRAN 8. Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif Belanja Online.....	70
LAMPIRAN 9. Deskripsi Statistik Skala <i>Self Control</i> dan Perilaku Konsumtif Belanja Online.....	75
LAMPIRAN 10. Deskripsi Statistik Perilaku Konaumtif Belnaja <i>Online</i> per Aspek.....	76
LAMPIRAN 11. Deskripsi Statistik Perilaku konsumtif Belanja online per Aspek .....	76
LAMPIRAN 12. Uji Normalitas.....	77
LAMPIRAN 13. Uji Linearitas.....	78
LAMPIRAN 14. Uji Hipotesis.....	79
LAMPIRAN 15. ANOVA Tabel.....	81
LAMPIRAN16. Measures of Association.....	82



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Menurut Chita, David dan Pali (2015) menjelaskan manusia melakukan kegiatan konsumsi selama masa hidupnya yakni memakai serta menggunakan suatu produk barang dan jasa yang diproduksi oleh produsen untuk memperoleh kepuasan maksimal. Proses konsumsi diawali dengan proses pembelian. Banyak kasus perilaku konsumtif ini tidak berdasarkan pada kebutuhan, tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan. Pergeseran perilaku konsumen tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan namun berdasarkan dorongan untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi, menghilangkan stres dan memberikan pengetahuan baru tentang perkembangan *trend* dan model baru dalam menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya.

Membelanjakan uang artinya membeli maupun menggunakan produk dalam bentuk barang, jasa yang dihasilkan oleh sistem industri yang bermanfaat tidak hanya bagi diri konsumen namun bisa bermanfaat untuk orang lain seperti teman, keluarga sehingga pembelian seperti ini disebut dengan pembelian implusif (Munandar, 2001). Pembelian produk secara *online* sangat populer hingga saat ini, tak terkecuali di kalangan mahasiswa. Mahasiswa bisa bebas untuk mengenakan pakaian yang mereka pilih dengan demikian mahasiswa menjadi bersaing untuk berpenampilan menarik dan menggunakan benda-benda yang sedang menjadi *trend* pada masanya agar terlihat menarik. Dalam mengikuti

*trend* membuat orang seperti berlomba-lomba untuk mengikutinya, meskipun hanya untuk mencobanya. Tidak sedikit mahasiswa yang mengikuti *trend*, karena dengan mengikuti *trend* penampilan akan menjadi lebih percaya diri.

Mahasiswa pada umumnya sedang berada pada usia remaja. Hal ini sesuai dengan pendapat Desmita (dalam Fajarini & Khaerani, 2014) bahwa individu yang memasuki masa kuliah rata-rata berusia 18-21 tahun dan termasuk dalam tahap perkembangan remaja akhir. Menurut Sholihah dan Kuswardani (dalam Sari, 2016) Sebagian besar mahasiswa berada pada usia remaja, mereka cenderung untuk memiliki keingintahuan yang lebih akan hal-hal yang baru sehingga mereka tidak ragu untuk mencobanya. Selain itu, remaja biasanya mudah dipengaruhi oleh rayuan iklan, mudah terpengaruh oleh perubahan, serta cenderung boros dalam menggunakan uangnya (K. R. Sari, 2016).

Menurut survei global yang dilakukan oleh Nielsen Online (dalam Sari, 2016) menemukan bahwa pada tahun 2009 telah lebih dari 85% populasi online dunia telah menggunakan internet untuk pembelian di Indonesia, setengah dari pembeli online menggunakan *Facebook* (sebesar 50%) dan jejaring sosial Kaskus (sebesar 49,2%). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Kompas 5 Oktober 2012, menunjukkan bahwa pada tahun 2012 sebanyak 53,2% responden yang berbelanja secara online adalah mereka yang pengeluarannya lebih dari Rp 2.000.000,00 per bulan. Rata-rata pekerjaan mereka adalah karyawan swasta (sebanyak 33,9%) dan wiraswasta (sebanyak 19,4%). Selain itu, para pelajar dan mahasiswa juga memiliki minat untuk berbelanja online dengan angka 19,9%. Peningkatan belanja secara online ini menunjukkan semakin eksisnya *online shop* pada masyarakat

terutama kaum muda-mudi Indonesia. Hal ini juga diimbangi dengan semakin banyaknya online shop bermunculan di media sosial yang ada di internet.

Penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti kepada 50 orang mahasiswa jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang dengan cara menyebarkan angket terbuka yang terdiri dari beberapa pertanyaan, dan hasilnya menunjukkan sebagian besar subjek gemar membeli dan mengkonsumsi produk-produk untuk berbelanja online melalui media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *whatsapp*, *tokopedia*, *lazada*. Alasan mereka memilih untuk berbelanja online karena situs yang dijangkau mudah, produk-produk yang ditawarkan menarik, kualitas barang bagus, terdiri dari banyak diskon, transaksi pembayaran bisa ditempat, waktu yang dibutuhkan lebih efisien, dan tidak banyak dijual di pasaran. Durasi waktu yang dibutuhkan untuk mengakases belanja *online* di media sosial selama satu hingga empat jam dalam satu hari hal ini disebabkan karena butuh pemikiran matang dalam memilih apa yang akan di pesan lewat situs belanja online tersebut.

Namun tiga dari lima puluh orang subjek dalam penelitian memilih untuk tidak berbelanja secara *online* karena subjek pertama memilih berbelanja untuk membeli ke teman dekatnya, sedangkan dua orang subjek memilih berbelanja secara *offline* kepasar dan sesekali meminjam akun dari temannya karena subjek tersebut tidak memiliki akun pribadi. Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian cenderung untuk mengkonsumsi sesuatu produk yang dibeli secara online lewat media sosial yang dimilikinya. Perilaku belanja online menjadi prioritas utama dikalangan mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang.

Menurut Thohiroh (2015) perilaku *online shopping* yang terus menerus ini akan mengakibatkan mahasiswi mengkonsumsi kebutuhan secara berlebihan atas dasar tertarik dengan produk yang ditawarkan atau bahkan karena teman-teman kuliahnya juga membeli barang secara *online*. Sumartono (dalam Thohiroh, 2015) menjelaskan perilaku konsumtif merupakan tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan.

Mengatasi tingginya keinginan untuk belanja *online* yang dilakukan oleh mahasiswa, dibutuhkan kemampuan didalam dirinya untuk mengatur dan mengarahkan keputusan pembelian, menurut Ghufon (dalam Bhuwaneswary, 2016) setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu dengan kontrol diri sehingga individu terutama mahasiswa dapat menekankan keinginan-keinginan yang muncul secara berlebihan dalam diri.

Semakin mudahnya transaksi jual-beli saat ini membuat mahasiswa rentan dengan berperilaku konsumtif. Mahasiswa perlu mengontrol diri dengan budaya konsumtif yang semakin berkembang. Menurut Chita et al. (2015) *self-control* menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan. Seseorang yang memiliki *self-control* yang rendah sering mengalami kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka. Seseorang dengan *self-control* tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi.

Hasil penelitian diatas juga didukung oleh peneliti Anggreini dan Mariyanti (2014) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Universitas Esa Unggul artinya semakin kuat kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswi tersebut sebaliknya semakin lemah kontrol diri mahasiswi maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Berdasarkan hasil dari data awal dapat di analisa bahwa subjek dalam penelitian memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dalam memilih serta membeli produk yang ditawarkan dalam situs belanja *online* tersebut mengakibatkan mereka lemah dalam mengontrol diri.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*hubungan self control dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang*"

## **B. Identifikasi Masalah**

1. Setiap hari mahasiswa memiliki cara yang berbeda untuk mengontrol dirinya dalam perilaku konsumtif pada belanja *online*.
2. Mahasiswa yang mudah tergiur dengan produk-produk yang baru keluar dan ingin memilikinya.
3. Setiap hari mahasiswa melihat iklan-iklan tentang produk baru yang di pasarkan dan ingin memilikinya.
4. Setiap orang memiliki gadget masing-masing untuk mengakses media sosial.

### **C. Batasan Masalah**

Permasalahan pada penelitian ini akan dibatasi kepada pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada belanja online mahasiswa. Dimana penulis ingin melihat apakah terdapat hubungan antar kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada belanja *online* pada mahasiswa di jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang.

### **D. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan kontrol diri dengan pembelian belanja online pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang ?
2. Bagaimana tingkat kontrol diri pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang ?
3. Bagaimana tingkat pembelian belanja online pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk melihat hubungan kontrol diri dengan pembelian belanja online pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang.
2. Untuk melihat tingkat kontrol diri pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang.
3. Untuk melihat tingkat pembelian belanja online pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang.

## **F. Manfaat penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritik

Secara teoritik penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada mahasiswa sebagai konsumen tentang bagaimana kontrol diri dapat menekan pembelian pada belanja *online*.

### 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas tentang psikologi konsumen tentang bagaimana kontrol diri mempengaruhi pembelian belanja *online*.

## **BAB II KAJIAN TEORI**

### **A. Perilaku Konsumtif**

#### **1. Pengertian Perilaku Konsumtif**

Anggarasari (dalam Fransisca & Suryasa, 2005) menyatakan perilaku konsumtif adalah tindakan membeli dan mengonsumsi barang yang tidak bermanfaat secara berlebihan untuk memenuhi keinginannya. Oleh karena itu, dalam pembelian barang individu tidak lagi melihat nilai pakainya yaitu untuk mencukupi kebutuhan tetapi digunakan untuk memenuhi keinginannya. Individu tidak lagi mengenali kebutuhan sesungguhnya, namun justru selalu tergoda untuk memuaskan keinginan sesaat.

Menurut Fransisca dan Suryasa (2005) perilaku konsumtif yaitu tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Menurut Tambunan (dalam Indriyati & Ermawati, 2011) perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal pada perlukan. Perilaku konsumtif biasanya kebanyakan dilakukan oleh remaja putri daripada remaja putra.

Menurut Lina dan Rosyid (1997) bahwa perilaku konsumtif biasanya melekat jika seseorang membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak lagi didasarkan factor kebutuhan tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.



Menurut Sumartono (dalam Haryani & Herwanto, 2015) bahwa perilaku konsumtif adalah bentuk tindakan memakai produk yang tidak selesai artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang setelah itu memakai produk jenis yang sama tetapi dari merek berbeda atau dapat diartikan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Menurut Lubis (dalam Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013) perilaku konsumtif adalah sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak masuk akal lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan serta tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak masuk akal lagi.

## **2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif**

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) adalah:

### **a) Pembelian Impulsif (*impulsive buying*).**

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tiba-tiba keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih

dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

b) Pembelian yang tidak rasional (*non rational buying*).

Suatu perilaku dimana pembelian dilakukan hanya untuk memenuhi kesenangan belaka. Biasanya akan terkait dengan hal-hal emosional. Dalam hal ini seperti perasaan senang atau perasaan bangga setelah melakukan sesuatu.

c) Pemborosan (*wasteful buying*).

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Mencari kesenangan (*non rational buying*) suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian yang tidak rasional (*non rational buying*) dan pemborosan (*wasteful buying*).

### **3. Faktor-faktor perilaku konsumtif**

Menurut perilaku konsumtif dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu:

1. Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempersuasi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan mengajak masyarakat untuk melakukan suatu tindakan

memakai produk yang tidak habis. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merk yang lainnya. Selain hal tersebut, iklan dapat membuat seseorang membeli barang bukan karena kebutuhan akan tetapi karena adanya hadiah yang ditawarkan.

2. Konformitas umumnya terjadi disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya. Konformitas yang jelas terlihat pada remaja putri adalah konformitas pada mode, seperti dalam hal berpakaian, berdandan, dan gaya potong rambut.
3. Gaya hidup budaya barat. Hadirnya pusat-pusat perbelanjaan yang menyajikan segala nama merk terkenal yang berasal dari luar negeri, untuk segala pakaian dan barang mewah membuat seseorang lebih tertarik untuk berbelanja. Pembelian barang bermerk dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang. Selain itu, tersedianya restoran cepat saji (*fast food*) membuat individu cenderung lebih suka mengonsumsi makanan dari barat daripada produk lokal. Gaya hidup barat juga dapat dilihat dari semakin banyaknya café-café yang ada di kota besar dan dijadikan sebagai salah satu sarana untuk bersosialisasi.
4. Pemakaian kartu kredit dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berbelanja sehingga penggunaannya seringkali membeli dan mengonsumsi barang secara berlebihan. Hal tersebut disebabkan kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunaannya. Batas fasilitas kredit

yang diberikan bisa melebihi sumber penghasilan yang dimiliki para pemegang kartu, sehingga pemegang kartu dapat menggunakan batas kredit yang ada.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian yang tidak rasional (*non rational buying*) dan pemborosan (*wasteful buying*).

## **B. *Self Control***

### **1. *Pengertian Self Control***

Menurut Ghufron dan Risnawita (2011) control diri merupakan kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungan selain itu kemampuan untuk mengontrol dan mengolah faktor-faktor perilaku yang sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi serta kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain. Menurut Calhoun dan acocella (dalam Ghufron & Risnawita, 2011) mendefenisikan kontrol diri (*Self Control*) sebagian pengaturan proses-proses fisik, psikologis dan perilaku seseorang dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri.

Menurut Lazarus (dalam Faried & Nashori, 2012) control diri adalah kemampuan individu untuk mengambil sesuatu keputusan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan kognitif untuk menghasilkan perilaku yang

berguna untuk mencapai keinginan. Adanya control diri menjadikan individu dapat memandu, mengarahkan dan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif. Proses kerjanya adalah control diri menolak pola respon yang membentuk dan menggantikan dengan yang lain. Respon penggantiannya terdiri dari penggunaan pemikiran, perubahan emosi, pengaturan dorongan dan perubahan tingkah laku.

Menurut Lazarus (dalam Faried & Nashori, 2012) control diri adalah kemampuan individu untuk mengambil sesuatu keputusan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan kognitif untuk menghasilkan perilaku yang berguna untuk mencapai keinginan. Adanya kontrol diri menjadikan individu dapat memandu, mengarahkan dan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif. Proses kerjanya adalah control diri menolak pola respon yang membentuk dan menggantikan dengan yang lain. Respon penggantianannya terdiri dari penggunaan pemikiran, perubahan emosi, pengaturan dorongan dan perubahan tingkah laku.

Menurut Chita, David dan Pali (2015) menjelaskan *Self control* yaitu keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan. Seseorang yang memiliki *self control* yang rendah sering mengalami kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka. Seseorang dengan *self control* tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Adanya

kontroldiri dapat mengarahkan, memandu dan mengatur perilaku yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif.

Berdasarkan uraian diatas *self control* yaitu pengaturan proses-proses fisik, psikologis dan perilaku seseorang dengan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menunjuk pada konsekuensi positif.

## **2. Aspek-aspek *Self Control***

Aspek-aspek *self control* menurut Averill (1973) Averill adalah:

### **a. Kontrol perilaku (*Behavior Control*).**

Kontrol perilaku merupakan perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen yaitu mengatur pelaksanaan dan kemampuan modifikasi stimulus kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal.

### **b. Kontrol kognitif (*Cognitive Control*).**

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak di inginkan dengan cara menginterpretasikan, nilai atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kogniti sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri dari dua komponen yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan

penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan individu dapat mengganti situasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Mengontrol keputusan (*Decisional control*).

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan dan suatu kesempatan, kebebasan, kemungkinan pada diri individu.

### **3. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Self Control***

#### 1. Faktor Internal

Faktor internal yang ikut di terhadap control diri adalah usia, semakin bertambah usia seseorang maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang.

#### 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nasichah (2002) menunjukkan bahwa persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orang tuanya yang demokratis cenderung diikuti tingginya kemampuan mengontrol dirinya.

### C. Belanja *Online*(*Online Shop*)

Menurut Sari (2015) *Online shop* atau belanja *online* melalui internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. *Online shop* bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Pada *online shop* konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video.

Menurut Thohiroh (2015) *Online shopping* atau belanja *online* melalui internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet. Sejak hadir internet, para pedagang telah berusaha membuat toko *online* dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia maya (*internet*) melalui berbagai macam media sosial. belanja *online* (*online shopping*) adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah *web browser*. Adapun beberapa manfaat berbelanja di *Online Shop* menurut Juju & Maya (dalam Sari, 2015) adalah :

1. Menghemat biaya, apalagi jika barang yang ingin dibeli hanya ada di luar kota. Pembeli tidak harus mengeluarkan biaya lebih untuk mencari barang tersebut di luar kota.
2. Barang bisa langsung diantar ke rumah.



3. Pembayaran dilakukan secara transfer, maka transaksi pembayaran akan lebih aman.
4. Harga lebih bersaing.

#### **D. Hubungan antara *Self Control* dengan Perilaku konsumtif pada Belanja *Online*.**

Manfaat yang dirasakan mahasiswa ketika melakukan pembelian secara *online* yaitu produk yang di beli ketika berbelanja *online* harganya lebih murah dibandingkan dipasaran, iklannya yang disajikan menarik. Mahasiswa yang melakukan pengontrolan diri pada perilaku belanja *online*, tentunya memiliki pengendalian diri untuk dalam proses belanja*online*.

Menurut Chita, David dan Pali (2015) menjelaskan *Self control* yaitu keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan. Seseorang yang memiliki *self control* yang rendah sering mengalami kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka. Seseorang dengan *self control* tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Adanya control diri dapat mengarahkan, memandu dan mengatur perilaku yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif.

Seiring dengan perkembangan zaman semua orang sudah bias mengakses jejaringan sosial, dan sudah banyak orang-orang yang mempunyai berbagai aplikasi *online* termasuk aplikasi belanja online. Dimana sudah banyak lapak-lapak online yang ada di jejaringan social. misalnya shopp, lazada, toko pedia,

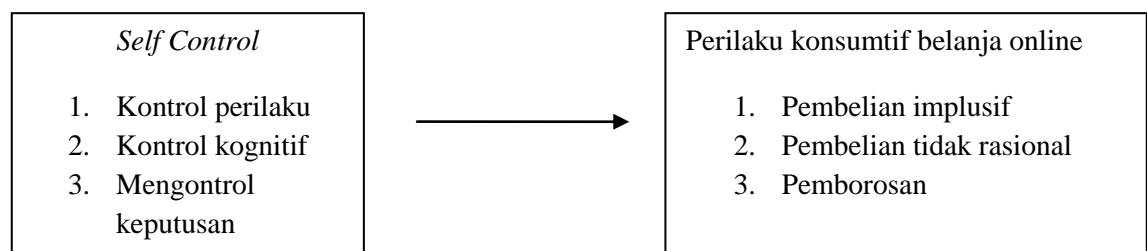
JD.ID dan banyak lagi aplikasi toko *online* yang lain. Maka sasaran utama dari belanja online ini adalah remaja , dimana remaja mudah tergiur dengan produk-produk yang di iklan oleh aplikasi online. Mulai dari pakaian, makanan, perlengkapan perkuliahan, smapai alat rumah tangga ada di toko online.tampa terkecuali pada kalaangan mahasiwa yang mudah terpengaruhi oleh iklan-iklan yang ditawarkan oleh lapak *online* .dimana harga yang bersaing, barangnya yang dicari ada di aplikasi online. Selanjutnya dengan belanja online ini bisa menghemat waktu untuk memebli batrang dibutuhkan selain itu barang basa di antar langsung ke alamat tujuannya. Menurut Thohiroh (2015) *Online shopping* atau belanja *online* melalui *internet*, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui *internet*. Sejak hadir *internet*, para pedagang telah berusaha membuat toko *online* dan menjual produk kepada mereka yang sering menjelajahi dunia maya (*internet*) melalui berbagai macam media sosial. belanja *online* (*online shopping*) adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah *web browser*. Dengan mudah membelin barang maka individu tidak memikirkan mutu atau kualitas dari barang yang dibelinya, maka timbulung perilaku komsumtif seperti pembelian imp;usiv, pembelian tidak masuk akal, dan pemborosan. Menurut Fransisca dan Suryasa (2005) perilaku konsumtif yaitu tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Menurut Tambunan (dalam Indriyati & Ermawati, 2011) dimana dapak dari

perilaku konsumtif pada mahasiswa menimbulkan banyak masalah, seperti uang jajan yang kasih orang tua banyak di belanjakan untuk barang-barang yang belum dibutuhkan oleh mahasiswa tersebut. Maka menimbulkan perilaku pemborosan dan merugikan individu itu sendiri. Dimana dibutuhkan control diri oleh mahasiswa untuk mengatur dirinya agar tidak mudah terpengaruhi oleh hal-hal yang bersifat mubazir dan merugikan diri sendiri. Menurut Lazarus (dalam Faried & Nashori, 2012) control diri adalah kemampuan individu untuk mengambil sesuatu keputusan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan kognitif untuk menghasilkan perilaku yang berguna untuk mencapai keinginan. Adanya kontrol diri menjadikan individu dapat memandu, mengarahkan dan mengatur perilakunya dengan kuat yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif.

#### **E. Kerangka Konseptual**

Berdasarkan teori yang telah diuraikan maka dapat di gambarkan penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar1 .Kerangka Konseptual**



## E. Hipotesis

Berdasarkan teori-teori yang telah di uraikan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

Ha : Terdapat hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumti

Belanja *online*.

H0 :Tidakterdapat hubungan antara *self control* dengan perilak ukonsumtif

Pada belanja *online*.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Desain Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data melalui instrumen-instrumen yang bersifat statistik dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Penelitian ini akan menggunakan data yang berupa angka-angka dan akan diolah dengan teknik statistik.

Penelitian dengan desain korelasional adalah sebuah penelitian yang bertujuan untuk melihat hubungan antara satu atau beberapa variabel dengan variabel lainnya (Yusuf, 2010). Pada penelitian ini salah satu tujuannya adalah untuk melihat prediksi hubungan antara variabel bebas berupa *self control* dengan variabel terikat berupa perilaku konsumtif.

### **B. Defenisi operasional**

#### **1. Perilaku konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah jumlah skor respon atau jawaban responden terhadap skala perilaku konsumtif yang dikembangkan dari aspek-aspek menurut Lina dan Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, pemborosan.

## **2. *Self Control***

*Self control* adalah jumlah skor respon atau jawaban responden terhadap skala *self control* yang diibandingkan dari aspek-aspek Averill (1973) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, kontrol keputusan.

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu ciri atau nilai atau sifat dari objek yang memiliki variasi atau jenis tertentu yang telah ditetapkan untuk diteliti atau dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini akan digunakan dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi adalah seluruh karakteristik dan jumlah yang dimiliki suatu objek dengan kualitas tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini disesuaikan dengan fenomena yang akan diteliti yaitu mahasiswa jurusan Psikologi Universitas Negeri Padang.

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari karakteristik/jumlah populasi. Bila sampel terlalu besar dan peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian maka peneliti dapat menggunakan sampel yang mewakili (representatif) bagi populasi tersebut. Sehingga hasil dari penelitian dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2013). Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini

yaitu purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel penelitian dengan memperhatikan beberapa kriteria tertentu. Kriteria dalam penelitian:

1. Mahasiswa Psikologi
2. jenis kelamin perempuan,
3. melakukan belanja Online.
4. Aktif dalam mengakses media sosial

#### **D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala pengukuran. Menurut (Sugiyono, 2013) skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan untuk menentukan interval suatu alat ukur yang dapat menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran, nilai dari variabel yang diukur dapat ditentukan dengan jumlah angka sehingga lebih akurat, efisien, dan komunikatif.

Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model jawaban *Likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang sebuah fenomena sosial. Pada skala model jawaban *likert* variabel yang akan diukur diturunkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak menyusun aitem-aitem (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini akan mengukur tentang *self control* dan perilaku konsumtif belanja *online* yang merupakan bagian dari sikap, pendapat, dan persepsi pada sebuah fenomena sosial, yaitu aitem-aitem yang disusun dibagi menjadi aitem *favorable* dan *unfavorable*. Aitem *favorable* adalah aitem yang disusun untuk pernyataan yang memihak objek penelitian. Kemudian aitem *unfavorable* disusun untuk pernyataan

yang tidak mendukung objek penelitian.

Skala ini memiliki empat alternatif pilihan jawaban yang terdiri dari sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Skor yang diberikan pada setiap pilihan jawaban tersebut berskala 4 untuk skor tertinggi hingga 1 untuk skor terendah. Berikut tabel skor jawaban pada item *favorable* dan *unfavorable*:

**Tabel 1. Daftar skor jawaban item skala self control dengan perilaku konsumtif**

Kategori	Item <i>Favourable</i>	Item <i>Unfavourable</i>
Sangat sesuai	4	1
Sesuai	3	2
Tidak sesuai	2	3
Sangat tidak sesuai	1	4

Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu skala *self control* dan skala perilaku konsumtif.

### 1. Skala Perilaku konsumtif

Skala perilaku konsumtif ini disusun mengacu pada aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh (Lina & Rosyid, 1997).



Tabel 2. *Blue Print* Skala Perilaku Konsumtif

ASPEK	INDIKATOR	Aitem		Jumlah Aitem
		<i>favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
(Implusif Buying)	Membeli barang karna karena kringinan	1,2,3	4,5,6,	6
	Membeli baarang tanpa pertimbangan	7,8,9	10,11,12	6
Pemborosan (Wateful buying)	Boros	13, 14, 15	16, 17. 18	6
	Membeli barang tidak diperlukan	19,20,21	21,22,23	6
Mencari kesenangan  (Non Rational Buying)	Ingin mrencari kesenangan	24,25,26	27,28,29,30	7

## 2. Skala *Self Control*

Skala *self control* disusun mengacu pada aspek-aspek *self control* yang dikemukakan oleh Averill (dalam Ghufroon & Risnawita, 2011) antara lain kontrol perilaku, kontrol kognitif , kontrol keputusan.berikut adalah *blueprint* dari skala *self control* yang dapat dilihat berikut:

Tabel 3. *Blue Print Skala Self Control*

ASPEK	INDIKATOR	Aitem		Jumlah Aitem
		<i>favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Kontrol Perilaku (Behavior Control)	Kemampuan mengontrol perilaku	1,2,3	4,5,6	6
	Kemampua mengontrol stimulus	7,8,9,	10,11,12	6
Kontrol Cognitif (Control Cognitive)	Kemampuan mengatasi suatu peristiwa atau kejadian	13,14,15	16,17,18,	6
	Kemampuan modifikasi suatu peristiwa atau kejaolan	19,20,21	22,23,24	6
Kontrol Keputusan	Ingin mrencari kesenangan	24,25,26	27,28,29,30	7

## E. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Validitas

Validitas sering dikonsepsikan dengan sejauh mana sebuah alat ukur dapat mengukur atribut yang akan diukur (Azwar, 2007). Validitas dalam (Sugiyono, 2013) juga disebutkan sebagai derajat ketepatan antara data pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini digunakan beberapa kategori validitas yaitu validitas isi dan validitas kontrak.

Validitas isi adalah validitas yang dinilai dengan pengujian dari isi alat tes lewat *professional judgement* dan adaptasi . Validitas ini akan melihat sejauh

mana aitem-aitem dari alat tes dapat mewakili komponen-komponen dan menggambarkan ciri dari perilaku yang hendak diukur (Azwar, 2007). Selanjutnya validitas konstruk merupakan validitas yang menentukan sejauh mana tes dapat mengungkap *trait* atau konstruk teoritik yang hendak diukur (Azwar, 2007).

Instrument yang valid berate alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu Valid. Suatu instrument dapat dikatakan valid apabila dapat menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat, serta hasil penelitian yang dapat dikatakan valid apabila terdapat kesamaan data yang terkumpul dengan data yang akan diteliti (Sugiyono, 2013).

Pengujian validitas alat ukur pada penelitian ini dilakukan dengan pengujian validitas isi dengan validitas kostra. Validitas isi dari alat ukur yang akan digunakan untuk meminilisir jawaban netral responden dan membutuhkan *propesional judgment* pada alat akur hanya melihat kembali apakah iatem yang akan dignakan sudah bias digunakn denga hanya menggati dilakukan oleh Bapak Zahwan Ardi, S, Psi. M, Psi. Bapak Amin Akbar, S, Psi. M.A validitas konstruk dibuktikan secara empiric oleh suatu koefisien validitas tertentu, yaitu dengan membandingkan r table dengan r hitung dari setiap aitem dan aitem dinyatakan valid r hitung besar dari r table.

Penelitian dilakukan di jurusan psikologi Universitas Negeri Padang dengan jumlah subjek awal sebanyak 100 orang subjek, penelitian hanya memilih

berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sehingga menjadi 100 orang. Berdasarkan skala dibuat sendiri diperoleh 22 aitem yang sah.

## **2. Reliabilitas**

Reliabilitas adalah sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur sesuatu secara berulang kali dengan hasil yang konsisten (Sugiyono, 2013). Hal ini ditunjukkan oleh taraf konsistensi skor yang diperoleh subjek yang diukur dengan alat yang sama, atau diukur dengan alat yang setara pada kondisi yang berbeda. Reliabilitas pengukuran pada penelitian ini didapat dengan melakukan uji coba terhadap instrument penelitian pada sampel yang setara dengan sampel penelitian. Nilai reliabilitas skala akan diukur dengan mencari nilai *Alpha Cronbach* (Azwar, 2005).

## **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data untuk melihat hubungan kedua variabel itu peneliti menggunakan *Product Moment Correlation Coefisien* oleh Pearson dengan bantuan program *SPSS 16 for windows*. Menurut Winarsunu (2009) *product moment correlation* adalah korelasi yang digunakan untuk melukiskan variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah *control diri* dan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif belanja online hubungan antara dua variabel yang sama-sama berjenis interval atau rasio. Pada penelitian ini peneliti ingin melihat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah *self control* dan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif.

## **G. Prosedur penelitian**

Berikut ini merupakan prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini:

### **1. Tahap Persiapan**

Sebelum dilakukan langkah awal yang peneliti lakukan adalah mempersiapkan alat ukur penelitian berupa skala yang peneliti buat sendiri. Kemudian alat ukur yang sudah dibuat di judgement oleh dua dosen yaitu bapak Zahwan Ardi S. Psi , M,Psi , bapak Amin Akbar , S,Psi. M.A. setelah melalui proses Judgement angket, peneliti mendapat persetujuan melakukan uji coba.

### **2. Tahap Uji Coba**

Peneliti melakukan uji coba pada tanggal 11 sampai 15 juni 2019 kepada mahasiswa Universitas Negeri Padang yang pernah melakukan belanja online. Dalam pengambilan data uji coba sebanyak 50 subjek data diambil melalui langsung total subjek uji coba sebanyak 50 orang . setelah melakukan uji coba maka diperoleh reliabilitas dan validitas dari setiap skala. Aitem skala self control sebanyak 22 yang valid dari 30 aitem setelah melakukan uji coba, dan pada skala perilaku konsumtif belanja online valid 22 dari 30 aitem setelah uji coba.

### **3. Tahap Penelitian**

Setelah mendapat izin dari dosen pembimbing Bapak Rinaldi, S,Psi. M,Si untuk melakukan penelitian angket penelitian yang akan diseberkan kepada subjek. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 12- 20 juli 2019.

Pengambilan data dilakukan dengan menyebar angket kepada mahasiswa di kampus psikologi Universitas Negeri Padang. Didapatkan jumlah responden sebanyak 120 orang dan hanya sebanyak 100 orang yang memenuhi kriteria penelitian.

Bentuk rumus product moment correlation coefficient yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi variabel x dengan variabel y
- $N$  = Jumlah subyek penelitian
- $\Sigma X$  = Skor total variabel X
- $\Sigma Y$  = Skor total variabel Y
- $\Sigma XY$  = Skor total perkalian variabel X dan Y
- $\Sigma X^2$  = Skor total variabel X dikuadratkan
- $\Sigma Y^2$  = Skor total variabel Y dikuadrat

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskriptif Data Subjek

Subjek dalam penelitian ini mengenai hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja *online* adalah mahasiswi psikologi Universitas Negeri Padang dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Sehingga didapat 100 subjek dengan pemenuhan kriteria. Subjek penelitian diminta untuk mengisi angket dengan dua skala penelitian yang telah ditentukan yaitu skala *self control* dan skala perilaku konsumtif belanja *online*.

#### B. Deskriptif Data penelitian

Deskriptif data penelitian merupakan gambaran mengenai subjek penelitian yang ditemukan di lapangan. Deskriptif data penelitian ini terdiri dari rerata hipotetik dan rerata empiris penelitian. skor rerata hipotetik dan rerata empiris diperoleh melalui skala perilaku konsumtif belanja online dan skala *self control*. Tinggi rendahnya setiap variabel diketahui dengan melihat posisi rerata dalam rentang kategori skor. Rentang skor ini diperoleh dari pengukuran skor tertinggi dengan skor terendah dibagi 6 satuan deviasi.

**Tabel 4. Deskripsi Rerata Hipotetik dan Rerata Empiris Skala Perilaku Konsumtif Belanja *Online* dan *Self Control***

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empiris			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Perilaku konsumtif	22	88	55	11	31	64	47,85	7,794
<i>Self control</i>	22	88	55	11	39	84	63,09	5.869

Berdasarkan hasil rangkuman tabel diatas, dapat diketahui rerata hipotetik dan rerata empiris dari masing-masing variabel, yaitu dari variabel *self control* dan perilaku konsumtif belanja *online*. Rerata empiris dari variabel *self control* besar dari pada rerata hipotetiknya yaitu 55 berbanding 63,09. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum skor rerata empiris subjek penelitian lebih besar dari variabele perilaku konsumtif belanja *online* juga lebih besar daripada skor rerata hipotetiknya yaitu sebesar 55 berbanding 47,85. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum skor rerata empiris subjek penelitian lebih besar dari pada skor rerata hipotetik penelitian.

#### 1. Deskriptif Data Perilaku Konsumtif Belanja *Online*

Berdasarkan skor yang terdapat table 4 dapat dilihat empiris perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswi psikologi Universitas Negeri Padang 63,09 dan rerata hipotetik 55. Skor ini menunjukkan bahwa secara umum skor rerata empiris penelitian lebih besar dari skor hipotetik. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif belanja *online* tergolong tinggi daripada dugaan penelitian.



Secara hipotetik atau teoritis skor penilaian untuk skal perilaku konsumtif belanja *online* berkisar 1 sampai 4. Skala memiliki empat pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Jumlah aitem pada skal perilaku konsumtif belanja online adalah sebanyak 22 butir. Sehingga jumlah minimum skor yang didapatkan adalah sebanyak  $1 \times 22 = 22$  dan jumlah maksimum adalah sebanyak  $4 \times 22 = 88$  oleh karena itu didapatkan hasil rentang skor  $88 - 22 = 66$ . Sehingga setiap satuan deviasi standarnya ( $\sigma$ ) bernilai  $66 : 4 = 16,5$  bernilai  $(22 + 88) : 2 = 55$ .

Skor perilaku konsumtif selanjutnya dikategorikan kedalam lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, sangat rendah yang dapat dilihat pada table berikut ini:

**Tabel 5. Kriteria Kategori Skala Perilaku Konsumtif Belanja *online* dan Distribusi Skor Subjek (N=100)**

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	Persentase (%)
$(\mu + 1,5\sigma) \leq X$	7,5	Sangat Tinggi	-	-
$(\mu + 0,5\sigma) \leq X < (\mu + 1,5\sigma)$	$60,5 \leq X < 77$	Tinggi	-	-
$(\mu - 0,5\sigma) \leq X < (\mu + 0,5\sigma)$	$49,5 \leq X < 60,5$	Sedang	8	8
$(\mu - 1,5\sigma) \leq X < (\mu - 0,5\sigma)$	$38,5 \leq X < 49,5$	Rendah	55	55
$X < (\mu - 1,5\sigma)$	$X < 38,5$	Sangat Rendah	37	37
<b>Total</b>			<b>100</b>	<b>100</b>

Dari kategori skal perilaku konsumtif belanja online pada tabel 5, dapat dilihat bahwa subjek secara umum memiliki perilaku konsumtif dalam kategori rendah sebanyak 55 orang (55%). Sedangkan yang lainnya berada pada kategori

sedang, rendah dan sangat rendah. Tidak ada satupun subjek dalam penelitian ini memiliki perilaku konsumtif belanja online yang tinggi pada belanja online. Untuk itu lebih jelasnya, deskriptif mengenai perilaku konsumtif berdasarkan aspek pada table 6 berikut ini:

**Tabel 6. Rerata Hipotetik dan Rerata Empiris Skala Perilaku Konsumtif Belanja Online per Aspek (N=100)**

Aspek	Skor Hipotetik				Skor Empiris			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Pembelian impulsif	9	36	<b>22,5</b>	4,3	14	27	<b>20,00</b>	3,04
Boros	8	32	<b>20</b>	4	10	25	<b>16,59</b>	3,77
Pembelian tidak rasional	5	20	<b>12,5</b>	2,5	5	17	<b>10,81</b>	42,65

Berdasar tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa mean empirik pada masing-masing aspek perilaku konsumtif belanja *online* umumnya lebih tinggi dibandingkan mean hipotetiknya. Pada aspek melakukan pembelian impulsif, boros dan pembelian tidak rasional rerata empirik lebih besar daripada rerata hipotetik, hal ini menunjukkan bahwa memiliki perilaku konsumtif yang tinggi pada masing-masing aspek.

Pada variable perilaku konsumtif belanja *online* akan dikelompokkan berdasarkan aspek perilaku konsumtif belanja online dan masing-masing aspek dapat diketahui dengan melihat mean empirik variabel dalam rentang kategori skor. subjek dikelompokkan dalam lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Dalam mengelompokkan kategori tersebut menggunakan mean ( $\mu$ ) dan

standar deviasi ( $\sigma$ ) .Berikut tabel 7 yang merupakan pengkategorian subjek berdasarkan aspek perilaku konsumtif belanja *online* :

**Tabel 7. Pengkategorian Subjek Berdasarkan Aspek Perilaku Konsumtif Belanja Online (N=100)**

Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
			F	Persentase (%)
Pembelian iplusiv	$29,25 < X$	Sangat Tinggi	-	-
	$24,75 < X \leq 29,25$	<b>Tinggi</b>	-	-
	$20,25 < X \leq 24,75$	Sedang	10	10
	$15,75 < X \leq 20,25$	Rendah	58	58
	$X \leq 15,75$	Sangat Rendah	32	32
<b>Total</b>			<b>100</b>	<b>100</b>
Boros	$26 < X$	Sangat Tinggi	-	-
	$22 < X \leq 26$	<b>Tinggi</b>	-	-
	$18 < X \leq 22$	Sedang	10	10
	$14 < X \leq 18$	Rendah	51	51
	$X \leq 18$	Sangat Rendah	39	39
<b>Total</b>			<b>100</b>	<b>100</b>
Pembelian tidak rasional	$16,25 < X$	Sangat Tinggi	-	-
	$13,75 < X \leq 16,25$	<b>Tinggi</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
	$11,25 < X \leq 13,75$	Sedang	12	12
	$8,75 < X \leq 11,25$	Rendah	45	45
	$X \leq 8,75$	Sangat Rendah	4	4
<b>Total</b>			<b>100</b>	<b>100</b>

Dari kategori subjek berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif belanja *online* dapat dilihat pada aspek melakukan pembelian impulsif berada kategori rendah sebanyak 58 orang (58%). Pada aspek boros dan pembelian tidak rasional pada kategori rendah sebanyak 51 orang (51%). Pada mereferensikan kepada orang lain pada kategori rendah sebanyak 51 orang (51%). Pada aspek

menunjukkan kekebalan terhadap terkait pembelian impulsif juga berada pada kategori rendah yaitu sebanyak 58 orang (58%). Dari data tersebut dapat digambarkan bahwa subjek penelitian ( $n=100$ ) memiliki perilaku konsumtif berada pada kategori rendah disetiap aspeknya.

## **2. Deskriptif Data *Self Control***

Berdasarkan skor terdapat pada tabel 4 sebelumnya, terdapat rerata empirik *self control* pada mahasiswi psikologi Universitas Negeri Padang adalah 63,09 dan rerata hipotetik 66. Skor ini menunjukkan bahwa secara umum skor rerata empiris penelitian lebih besar dari skor rerata hipotetik. Jadi dapat disimpulkan bahwa *self control* pada subjek penelitian ini tergolong tinggi dari pada dugaan peneliti.

Secara hipotetik atau teoritis, skor penelitian untuk skala *self control* berkisar antara 1 sampai 4. Skala memiliki pilihan jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Jumlah item pada skala *self control* adalah sebanyak 22 butir. Sehingga jumlah minimum skor yang didapatkan adalah sebanyak  $1 \times 22 = 22$  dan jumlah maksimum  $4 \times 22 = 88$ . Oleh karena itu didapatkan hasil rentang skor  $88 - 22 = 66$ . Sehingga setiap aturan satuan deviasi standarnya ( $\sigma$ ) bernilai  $66 : 4 = 16,5$  dan mean hipotetiknya ( $\mu$ )  $(22 + 88) : 2 = 55$

Skor *self control* selanjutnya dikategorikan kedalam kategori, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 8. Kriteria Kategori Skala *Self Control* dan Distribusi Skor Subjek (N=100)**

Rumus	Skor	Kategorisasi	F	Persentase (%)
$(\mu + 1,5\sigma) \leq X$	$71,5 \leq X$	Sangat Tinggi	-	-
$(\mu + 0,5\sigma) \leq X < (\mu + 1,5\sigma)$	$60,5 \leq X < 71,5$	Tinggi	2	2
$(\mu - 0,5\sigma) \leq X < (\mu + 0,5\sigma)$	$49,5 \leq X < 60,5$	Sedang	77	77
$(\mu - 1,5\sigma) \leq X < (\mu - 0,5\sigma)$	$38,5 \leq X < 49,5$	Rendah	21	21
$X < (\mu - 1,5\sigma)$	$X < 38,5$	Sangat Rendah	-	-
<b>Total</b>			<b>100</b>	<b>100</b>

Dari kategori skor skala *self control* pada tabel 9, dapat dilihat bahwa subjek secara umum memiliki *self control* tinggi sebanyak 2 orang (2%). Sedangkan yang lain berada dikategori sedang 77 (77%), rendah 21 (21%) dan sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan subjek dalam penelitian ini cenderung memiliki *self control* yang tinggi dan sedang pada berbelanja online memiliki perilaku konsumtif yang rendah. Untuk lebih jelas, deskriptif mengenai *self control* berdasarkan aspek dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini:

**Tabel 9. Rerata Hipotetik dan Rerata Empiris Skala *Self Control* per Aspek (N=100)**

Aspek	Skor Hipotetik				Skor Empiris			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Control Perilaku	7	28	<b>17,5</b>	3,7	15	25	<b>20,17</b>	2,30
Control Kognitif	11	44	<b>27,7</b>	5,5	20	39	<b>32,13</b>	3,69
Control Pengambilan Keputusan	4	16	<b>10</b>	2	6	16	<b>11,27</b>	1,835

Berdasarkan tabel 9 diatas dilihat bahwa mean empirik pada masing-masing aspek *self control* umumnya lebih tinggi dibandingkan mean hipotetiknya. Pada aspek control cognitive (persepsi masiswi terhadap control cognitif seperti pola pikir atau tindakan) memiliki rerata empirik lebih besar dari pada rerata hipotetik, hal ini berarti bahwa umumnya subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat *self control* terhadap belanja *online* yang tinggi pada masing-masing aspek.

Pada variabel *self control*, subjek akan dikelompokan berdasarkan aspek *self control* dan masing-masing aspek dapat diketahui dengan melihat mean empirik variabel dalam rentang kategori tersebut menggunakan mean ( $\mu$ ) dan standar deviasi ( $\sigma$ ). Berikut ini tabel 11 yang menggambarkan pengkategorian subjek berdasarkan aspek *self control* :

**Tabel 10. Pengkategorian Subjek Berdasarkan Aspek *Self Control* (N=100)**

Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
			F	Persentase (%)
<i>Control Perilaku</i>	$22,75 < X$	Sangat Tinggi	0	0
	<b><math>19,22, &lt; X \leq 22,75</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
	$115,75 < X \leq 19,25$	Sedang	77	70
	$12,25 < X \leq 15,75$	Rendah	22	22
	$X \leq 12,25$	Sangat Rendah	0	0
	<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>
<i>Control Cognitif</i>	$35,75 < X$	Sangat Tinggi	0	0
	<b><math>30,25 &lt; X \leq 35,75</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>9</b>	<b>9</b>
	$24,75 < X \leq 30,25$	Sedang	70	70
	$8,25 < X \leq 19,25$	Rendah	20	20
	$X \leq 13$	Sangat Rendah	1	1
	<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>
<i>Control Pengambilan Keputusan</i>	$13 < X$	Sangat Tinggi	1	1
	<b><math>11 &lt; X \leq 13</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
	$9 < X \leq 11$	Sedang	60	60
	$7 < X \leq 9$	Rendah	23	23

$X \leq 7$	Sangat Rendah	6	6
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

Dari kategori subjek berdasarkan aspek-aspek *self control*, dapat dilihat pada aspek tinggi ada 8 (8%) orang, dan aspek sedang sebanyak 77 orang (77%), yang lainnya berada pada kategori rendah dan sangat rendah. Pada aspek *control cognitive* berada kategori tinggi 9 orang (9%) sedang yaitu sebanyak 70 orang (70%), yang lain berada dikategori, rendah dan sangat rendah.ada kategori sangat rendah.sebanyak 6 orang (6%) berada di kategori sedang juga, yang lain pada kategori tinggi, rendah dan sangat rendah. Digambarkan bahwa subjek penelitian (n=100) memiliki *self control* yang berada kategori tinggi pada ketiga aspeknya.

### C. Analisis Data

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah yang dilakukan untuk mengetahui apakah data variable yang diteliti berdistribusi atau tidak. Distribusi sebaran yang normal menyatakan bahwa subjek peneliti dapat mewakili populasi yang ada. Apabila sebaran tidak normal maka dapat disimpulkan bahwa subjek representative sehingga tidak mewakili populasi.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *One sample test* dari *Kolmogorov Smirnov* yang digunakan untuk membandingkan frekuensi harapan dan frekuensi amatan. Sebaran data dikatakan normal apabila  $p > 0,05$  namun apabila  $p < 0,05$  maka sebaran data dianggap tidak normal. Hasil uji normalitas diperoleh dari skor sebaran perilaku konsumtif belanja *online* dan *self control* dapat dilihat pada table berikut.

**Tabel 11. Hasil Uji Normalitas Sebaran Variabel Perilaku Konsumtif Belanja Online dengan *Self Control***

Variabel	SD	Mean	K-SZ	Asymp Sig (2-tailed)	Keterangan
Perilaku konsumtif belanja online	11,053	59,62	0,563	0,909	Normal
<i>Self Control</i>	7,505	63,09	0,172	0,691	Normal

Berdasarkan KSZ = 0,563 dan nilai  $p = 0,909$  ( $p > 0,05$ ) yang memperlihatkan bahwa sebaran data normal. Variable *self control* memperoleh nilai  $K-SZ = 0,172$  dan nilai  $p = 0,691$  yang memperlihatkan bahwa sebaran data normal. Jadi sebaran data kedua variable penelitian berdistribusi normal.

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk membuktikan apakah variabel bebas mempunyai hubungan yang linear dengan variable terikat. Model statistik yang digunakan melihat linearitas variable adalah *F-Linerity* yang dianalisis menggunakan program perangkat lunak. Kaidah yang digunakan untuk Kaidah yang digunakan untuk mengetahui linearitas adalah jika  $p < 0,05$  dikatakan linear atau jika  $p > 0,05$  maka sebaran dianggap tidak linear. Berdasarkan hasil pengolahan data, linearitas pada perilaku konsumtif belanja online dan *self control* adalah sebesar  $F = 4,024$  yang memiliki  $p = 0,048$  ( $p < 0,05$ ) dengan demikian dapat diartikan bahwa asumsi linear dalam penelitian ini terpenuhi.



## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini sehingga dapat diketahui apakah terdapat hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *product moment* dari pearson. Berdasarkan hasil korelasi didapatkan teknik analisis koefisien korelasi  $r = -0,200$  dengan signifikan  $p < 0,046$  yang menandakan bahwa  $H_a$  di terima dan  $H_0$  ditolak . hasil memperlihatkan terdapat hubungan negative yang signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja online. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *self control* maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Semakin tinggi perilaku konsumtif belanja *online*.

## D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa mayoritas subjek penelitian ini memiliki tingkat perilaku konsumtif belanja online yang rendah. Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa untuk melihat tindakan membeli dan mengkonsumsi barang yang tidak bermanfaat secara berlebihan Anggasari (dalam Fransisca & Suryasa, 2005). Perilaku konsumtif biasanya melekat jika seseorang membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak lagi didasarkan pada factor kebutuhan tetapi pada taraf keinginan yang berlebihan (Lina & Rosyid, 1997).

Berdasarkan aspek dari perilaku konsumtif belanja online, keseluruhan subjek berada dalam kategori rendah. Menurut Ghufron (dalam Bhuwaneswary, 2016) setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu dengan control diri sehingga individu terutama mahasiswa dapat menekankan keinginan-keinginan yang muncul secara berlebihan dalam diri.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki perilaku konsumtif belanja online dalam kategori rendah. Menurut Fransisca dan Suryasa (2005) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu iklan, komformitas, gaya hidup, pemakaian kartu kredit. Perilaku konsumtif adalah sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak masuk akal lagi. Perilaku konsumtif pada seseorang apabila tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan tetapi sudah ada faktor keinginan Lubis (dalam Fitriyani, Widodo & Fauzia, 2013).

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Padang pada kategori perilaku konsumtif berada pada kategori rendah sedangkan *self control* berada pada kategori tinggi. Dalam penelitian ini hipotesis yang peneliti temukan  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak maksudnya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *self*

*control* dengan perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa psikologi Univeritas Negeri Padang.

Hasil penelitian ini diperkuat dari penelitian yang dilakukan oleh menurut Bhuwaneswary (2016) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Esa unggul artinya semakin tinggi kuat *self control* diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, begitu sebaliknya. Menurut Chita, David, Pali, (2015) menjelaskan manusia melakukan kegiatan mengkonsumsi selama masa hidupnya yakni memakai serta menggunakan sesuatu produk barang dan jasa yang diproduksi oleh produsen untuk memperoleh kepuasan maksimal.

Menurut Sari (2015) *Online shop* atau belanja *online* melalui internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara *online* tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. *Online shop* bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Pada *online shop* konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video.

Menurut Chita, David dan Pali (2015) menjelaskan *Self control* yaitu keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan. Seseorang yang memiliki *self control* yang rendah sering mengalami

kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka. Seseorang dengan *self control* tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Adanya control diri dapat mengarahkan, memandu dan mengatur perilaku yang pada akhirnya menuju pada konsekuensi positif.

Menurut Rochani (2018) Remaja pada umumnya melakukan pembelian online tidak berdasarkan pada kebutuhan saat ini, tetapi untuk memenuhi kebutuhan psikologis mereka. Apabila pembelian secara online dilakukan atas dasar keinginan, maka akan menimbulkan perilaku konsumtif dan menimbulkan dorongan yang tinggi untuk membeli produk karena pengaruh iklan yang semakin banyak ditawarkan oleh penjual. Oleh karena itu, remaja membutuhkan kemampuan untuk mengarahkan dan mengatur keputusan pembelian sebagai cara untuk mengatasi perilaku konsumtif yang dimiliki akibat dari keinginan belanja online yang tinggi. Menurut Goldfried dan Merbaum (dalam Rochani, 2018) mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk menyusun, mengatur, dan mengarahkan perilaku ke arah konsekuensi positif.

Menurut Utami & Sumaryono (dalam Thohiroh, 2015) mengemukakan bahwa penelitian dengan jenis ini lebih cocok dikaitkan dengan wanita yang masih mengutamakan sisi emosionalitas jika dibandingkan dengan laki-laki. Fenomena tersebut diidentikkan dengan subjek penelitian ini yaitu mahasiswi. Mahasiswi termasuk remaja akhir (18-21 tahun) sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri. Ini dikarenakan karakteristik mereka yang labil, spesifik, dan mudah dipengaruhi, sehingga mahasiswi memang selalu dikaitkan dengan perilaku membeli

yang impulsif karena pada masa perkembangannya mahasiswi memasuki periode baru dalam penyesuaian dirinya dan lebih memperhatikan penampilannya. Bagi mahasiswi, mereka senang kalau disebut fashionable.

Berdasarkan pembahasan diatas, teori-teori yang telah diungkapkan oleh para ahli yang berkaitan dengan *self control* diri yang tinggi. Menurut Ghufon dan Risnawita (2011) *self control* merupakan kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan mengolah factor-faktor perilaku yang sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi serta perhatian. Menurut Averil (dalam Ghufon & Risnawita, 2011) dimana aspek yang terdapat di aspek *self control* terdiri control perilaku, control kognitif, control keputusan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis mengenai antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswi psikologi Universitas Negeri Padang, maka dapat diambil kesimpulan seperti berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif belanja pada mahasiswi psikologi Universitas Negeri Padang dari 100 orang subjek pada kategori rendah.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tingkat *self control* pada belanja online pada mahisswi psikologi Universitas Negeri padang 100 orang subjek penelitian pada kategori tinggi.
3. Berdasarkan hasil penlitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja online. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *self control* pada belanja online maka rendalah perilaku konsumtif belanja online. Kemudian semakin *self control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif belanja *online*.

## **B. Saran.**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data *self control* dengan perilaku konsumtif belanja *online* pada mahsiswi psikologi Universitas Negeri Padang. sebagai berikut;

### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Adapun saran bagi peneliti selanjutnya yang terkait dengan topik yang sama yaitu hubungan antara *self control* dengan perilaku konsumtif belanja *online* agar menggunakan teknik pengumpulan data dan analisis yang berbeda, agar memperkaya kajian *self control* dengan perilaku konsumtif belanja *online*. Kemudian agar dapat memilih variabel lain yang memiliki keterkaitan dengan *self control* dan perilaku konsumtif belanja *online* dapat mengganti subjek penelitian sesuai dengan kebutuhan peneliti.

### 2. Bagi konsumen

Pengguna aplikasi belanja *online* bagi mahasiswa lebih memperhatikan lagi manfaat dari menggunakan aplikasi belanja online agar tidak mudah terpengaruh dengan produk-produk yang ditawarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa universitas esa unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34–42.
- Averill, J. R. (1973). Personal control over aversive stimuli and its relationship to stress. *Psychological Bulletin*, No. 80. P. 286-303.
- Azwar, S. (2007). *Dasar-dasar psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bhuwaneswary, A. (2016). Perilaku belanja online dan kontrol diri mahasiswa belitung di yogyakarta tahun 2016. *Tesis (Tidak Diterbitkan)*, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik (eBm)*, 3(1), 297–302.
- Fajarini, F., & Khaerani, N. M. (2014). Kelekatan aman, religiusitas dan kematangan emosi pada remaja. *Jurnal Psikologi Integratif*, 2(1), 22–29.
- Fariied, L., & Nashori, F. (2012). Hubungan antara kontrol diri dan kecemasan menghadapi masa pembebasan pada narapidana di lembaga pemasyarakatan wirogunan yogyakarta. *Khazanah*, 5(2), 63–74.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 55–68.
- Fransisca, & Suryasa, Tommy Y. . (2005). perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7(2), 172–199.
- Ghufron, N., & Risnawita, R. (2011). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 5–11.
- Indriyati, & Ermawati, E. (2011). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di smp n 1 piyungan. *Jurnal Spirits*, 2(1), 1–12.
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada



remaja putri. *Psikologika*, 4(2), 5–13.

Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: UI Press.

Rochani, T. (2018). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping di instagram pada remaja. *Tesis (Tidak Diterbitkan)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Sari, C. A. (2015). Perilaku belanja online dikalangan mahasiswi antropologi universitas erlangga. *AntroUnaidotNet*, 4(2), 205–216.

Sari, K. R. (2016). Kecenderungan perilaku komplusive buying (pembelian komplusif) pada masa remaja akhir di samarinda. *E Journal Psikologi*, 4(4), 361–372.

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Thohiroh, A. Q. (2015). Perilaku konsumtif melalui online shopping fashion pada mahasiswi fakultas psikologi universitas muhammadiyah surakarta. *Tesis (Tidak Diterbitkan)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Winarsunu, T. (2009). *Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan*. Malang: Umm Press.

Yusuf, M. (2010). *Metodologi Peneliti*. Padang: Unp Press.

# LAMPIRAN

## Lampiran 1

### Skala Uji Coba Perilaku Konsumtif Belanja Online

#### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

pada halaman berikutnya terdapat beberapa butir pertanyaan dan empat pilihan jawaban. saudara dimintak membaca dan memahami pernyataan tersebut kemudian **check list** () pada salah satu kolom pilihan jawaban yang tersedia. sesuai dengan pilihan yang tepat menurut keadaan saudara. adapun pilihan anatara lain:

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

#### Contoh:

PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Saya membeli barang untuk kesenangan sesaat				

Pada kuesioner ini tidak ada pilihan benar atau salah jadi pilihlah pilihan jawaban yang benar-benar sesuai dengan diri sendiri. atas kesedian dan kejujuran saudara dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimah kasih.

#### Contoh:

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya membeli barang hanya untuk kesenangan sesaat				
2.	Saya membeli barang yang tidak dibutuhkan				
3.	saya membeli barang barang-barang saat ada diskon di aplikasi belanja online				
4.	Meskipun harganya mahal saya memutskan untuk membelinya				
5.	Saya menyesal karena membeli tas dengan harga mahal di aplikasi belanja online				
6.	Meskipun tertarik saya berpikir dahulu membeli sesuatu barang pada belanja online				

7.	Saya membeli barang mahal karena gengsi ingin di anggap branded				
8.	Saya membeli barang yang ditawarkan oleh teman saya melalui berbelanja online				
9.	Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan saya saat ini				
10.	Ketika saya melihat produk pakaian model terbaru keluar di aplikasi belanja online saya langsung membeli karna ingin di anggap tren				
11.	Saya akan terpengaruh untuk membeli barang karena banyak diskon pada aplikasi belanja online				
12.	Saya mudah terpengaruh dengan ajakan teman saya untuk membeli produk /barang melalui aplikasi online				
13.	Saya akan terpengaruh dengan iklan-iklan yang ditawarkan saat membuka aplikasi belanja online				
14.	Saya membeli barang-barang/produk melalui aplikasi online untuk koleksi semata				
15.	Setiap berbelanja online saya akan membeli barang/produk lebih dari satu				
16.	Saya harus memiliki barang yang sedang digemari walaupun barang tersebut tidak original				
17.	Harga menjadi patokan pada saat melakukan berbelanja online				
18.	Saya tetap nyaman memakai barang lama walupun banya model baru keluar bermuculan di aplikasi belanja online				
19.	Saya membiasakan diri untuk hidup sederhana tanpa menghabiskan biaya untuk berbelanja online				
20.	Saya membeli barang/produk di aplikasi online yang akan saya tidak perlu				
21.	Saya senang membeli pakaian melalui aplikasi online walaupun pakaian tersebut tidak di butuhkan				
22.	Saya suka membeli aksesoris-aksesoris saat berbelanja online walaupun barang tersebut belum di butuhkan				
23.	Saya membeli pakaian yang benar-benar di butuhkan melalui aplikasi belanja online				
24.	Saya membeli barang/produk yang benar-benar dibutuhkan melalui aplikasi online				
25.	Saya membeli perlengkapan kebutuhan sehari-hari , yang benar-benar di butuhkan melalui aplikasi online				

26.	Saya membeli barang yang menurut saya menarik saat berbelanja online				
27.	Saya berusaha memiliki barang/produk yang bermerk ketika berbelanja online				
28.	Saya berusaha membeli barang/produk yang berkualitas melalui aplikasi online				
29.	Saya membeli barang melalui aplikasi belanja online tanpa mempertimbangkan barang/produk yang bermerek				
30.	Ketika saya melakukan berbelanja online, saya tidak mementingkan kualitas dari barang/produk yang di beli.				

## Lampiran 2

### Skala Uji Coba *Self control*

#### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

pada halaman berikutnya terdapat beberapa butir pertanyaan dan empat pilihan jawaban. saudara dimintak membaca dan memahami pernyataan tersebut kemudian **check list** (√) pada salah satu kolom pilihan jawaban yang tersedia. sesuai dengan pilihan yang tepat menurut keadaan saudara. adapun pilihan anantara lain:

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

#### Contoh:

PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Saya membeli barang untuk kesenangan sesaat		√		

Pada kuesioner ini tidak ada pilihan benar atau salah jadi pilihlah pilihan jawaban yang benar-benar sesuai dengan diri sendiri. atas kesedian dan kejujuran saudara dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimah kasih.

No	PERNYATAAN	SS	S	ST	STS
1.	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan saja				
2.	Saya mencatat seluruh pengeluaran saya setiap berbelanja di situs aplikasi berbelanja <i>online</i>				
3.	Saya memilih-milih ajakan teman untuk membeli pakaian di situs <i>online</i>				
4.	Saya kehabisan uang bulanan sebelum waktunya				
5.	Saya membeli barang-barang tanpa perencanaan				
6.	Saya menerima ajakan teman saya untuk membeli barang/produk di aplikasi belanja <i>online</i> karena banyak diskon				
7.	Saya memilih-milih ajakan teman saya untuk melihat produk pakaian di situs aplikasi <i>online</i>				

8.	Saya menghindari untuk melihat iklan-iklan produk atau barang yang ditawarkan dalam aplikasi belanja <i>online</i>				
9.	Saya suka menonton online dari pada membuka aplikasi belanja <i>online</i>				
10.	Saya menerima ajakan teman saya untuk berbelanja online di aplikasi belanja <i>online</i>				
11.	Saya suka belanja di situs aplikasi belanja <i>online</i>				
12.	Saya senang melihat diskon-diskon produk pakaian di aplikasi belanja <i>online</i>				
13.	Saya menghindari berbelanja di situs aplikasi <i>online</i> saat ada diskon				
14.	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli barang				
15.	Saya menghindari membeli pakaian yang menurut saya belum dibutuhkan				
16.	Saya sulit untuk menghindari untuk tidak berbelanja di situas/aplikasi belanja <i>online</i> saat ada diskon				
17.	Saya tidak mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli barang				
18.	Saya menerima ajakan teman teman untuk membeli pakaian yang menurut saya itu belum dibutuhkan				
19.	Saya menegur teman saya jika terlalu sering membeli barang-barang yang menurut saya belum penting dibutuhkan				
20.	Saya menerima masukan teman saya untuk tidak menghabiskan biaya untuk berbelanja <i>online</i>				
21.	Saya menerima masukan teman saya tidak mudah terayuh dengan iklan-iklan yang di tampilkan di aplikasi belanja <i>online</i>				
22.	Saya membiarkan teman saya membeli baju yang menurut saya belum di butuhkan				
23.	Saya membiarkan teman saya yang suka berbelanja menggunakan kartu kredit tanpa batasnya untuk berbelanja <i>online</i>				
24.	Saya diam saja melihat teman saya yang tergiur dengan iklan-iklan yang ditayangkan di TV maupun situs aplikasi <i>online</i>				
25.	Saya menghindari pergi ke pusat perbelanjaan pada saat ada diskon				
26.	Saya menunda pembelian sebuah produk yang saya sukai				
27.	Saya lebih senang menabung daripada membeli barang-barang yang tidak diperlukan				
28.	Saya bergantung kepada orang lain dalam mengambil keputusan dalam membeli barang-barang yang diinginkan				
29.	Saya lebih senang menonton TV dari pada melihat iklan-iklan di aplikasi <i>online</i>				

30.	Saya mengambil keputusan dengan buruh-buruh untuk memutuskan membeli barang/produk yang di inginkan di situs belanja <i>online</i>				
-----	--	--	--	--	--



### LAMPIRAN 3. Uji Reliabilitas dan Validitas Perilaku Konsumtif Belanja *Online*

**Reliabilitas Statistics**

			%
Cases	Valid	50.0	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	.0	.0
	Total	50.0	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	30

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	89.24	46.145	.381	.727
VAR00002	89.24	50.472	.078	.745
VAR00003	89.00	46.776	.458	.725
VAR00004	88.92	50.157	.379	.746
VAR00005	89.14	53.388	.342	.764
VAR00006	88.84	50.423	.050	.748
VAR00007	89.10	46.092	.431	.724
VAR00008	89.16	48.382	.260	.736
VAR00009	89.00	51.347	-.043	.752
VAR00010	89.04	47.141	.354	.730

VAR00011	88.76	47.656	.345	.731
VAR00012	89.40	45.224	.463	.721
VAR00013	88.90	47.643	.412	.728
VAR00014	88.90	47.806	.502	.727
VAR00015	88.76	47.900	.301	.733
VAR00016	89.48	47.642	.356	.731
VAR00017	88.94	49.119	.241	.737
VAR00018	88.86	48.204	.351	.732
VAR00019	88.90	47.602	.346	.731
VAR00020	88.78	48.379	.228	.738
VAR00021	88.82	49.538	.234	.738
VAR00022	89.44	50.823	-.011	.754
VAR00023	88.86	48.123	.337	.732
VAR00024	88.64	47.786	.381	.730
VAR00025	88.90	47.439	.313	.733
VAR00026	88.74	49.013	.155	.743
VAR00027	89.14	48.409	.300	.734
VAR00028	89.24	45.288	.475	.721
VAR00029	88.98	50.632	.020	.750
VAR00030	89.20	48.612	.272	.735

#### Lampiran 4. Uji Reliabilitas dan Validitas *Self control*

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	47	95.9
	Excluded <sup>a</sup>	2	4.1
	Total	49	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	30

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	90.11	189.662	.388	.743
VAR00002	89.94	189.409	.364	.744
VAR00003	89.79	191.693	.437	.745
VAR00004	90.15	191.869	.276	.747
VAR00005	90.23	206.661	-.294	.768
VAR00006	90.00	189.696	.371	.744
VAR00007	89.77	188.270	.429	.742
VAR00008	89.96	193.433	.275	.748
VAR00009	89.96	192.085	.279	.747
VAR00010	89.77	193.835	.232	.749
VAR00011	89.77	185.574	.462	.739

VAR00012	89.66	187.447	.525	.739
VAR00013	89.77	189.661	.397	.743
VAR00014	89.62	185.502	.566	.737
VAR00015	90.02	193.847	.219	.749
VAR00016	89.74	187.325	.580	.739
VAR00017	89.72	186.161	.509	.738
VAR00018	89.85	184.869	.675	.735
VAR00019	89.87	189.679	.397	.743
VAR00020	89.62	187.589	.474	.740
VAR00021	89.87	187.114	.600	.738
VAR00022	89.81	185.810	.660	.736
VAR00023	89.91	184.645	.623	.735
VAR00024	89.68	190.222	.455	.743
VAR00025	89.04	143.172	.155	.893
VAR00026	89.74	188.325	.506	.741
VAR00027	89.74	190.716	.373	.744
VAR00028	89.85	193.043	.289	.748
VAR00029	89.81	186.636	.495	.739
VAR00030	89.77	185.488	.532	.737

## LAMPIRAN 5.

### Skala penelitian Perilaku konsumtif Belanja *Online*



## JURUSAN PSIKOLOGI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2019

Saudari mendapatkan kepercayaan menjadi responden untuk mengisi kuesioner ini. Dimohonkan kepada saudara untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan objektif sesuai dengan kesadaran diri saudara. jawaban atau respon saudara akan dijamin kerahasiannya dan tidak akan member dampak negatif dalam bentuk apapun pada diri saudara. atas kesedian saudara mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

Nama / Indisial :  
 Alamat :  
 usia :  
 Jenis kelamin :  
 Jurusan/tahun masuk :  
 Pernah Belanja *Online* :

### PETUNJUK PENGISIAN KOESIONER

Pada halaman berikut terdapat beberapa butir pernyataan dan empat pilihan jawaban saudara diminta membaca dan memahami pernyataan tersebut kemudian berilah tanda **check list** (√) pada salah satu kolom pilihan jawaban yang tersedia, sesuai dengan pilihan yang tepat menurut keadaan saudara. adapun pilihan yang tersedia antara lain.

SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

**Contoh :**

PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan saja		√		

Pada kuesioner ini tidak ada pilihan benar atau salah jadi pilihlah pilihan jawaban yang benar-benar sesuai dengan diri sendiri. atas kesedian dan kejujuran saudara dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimah kasih.

**“SELAMAT MENGERJAKAN”**

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya membeli barang hanya untuk kesenangan sesaat				
2.	saya membeli barang barang-barang saat ada diskon di aplikasi belanja <i>online</i>				
3.	Meskipun harganya mahal saya memutskan untuk membelinya				
4.	Saya membeli barang yang ditawarkan oleh taman saya melalui berbelanja <i>online</i>				
5.	Saya memebli barang sesuai dengan kebutuhan saya saat ini				
6.	Ketika saya melihat produk pakaian model terbaru keluar di aplikasi belanja <i>online</i> saya langsung membeli karna ingin di anggap tren				
7.	Saya akan terpengaruh untuk membeli barang karena banyak diskon pada aplikasi belanja <i>online</i>				
8.	Saya akan terpengaruh dengan iklan-iklan yang ditawarkan saat membuka aplikasi belanja <i>online</i>				
9.	Saya memebeli barang-barang/produk melauai aplikasi <i>online</i> untuk koleksi semata				
10.	Setiap berbelanja online saya akan membeli barang/produk lebih dari satu				
11.	Saya harus memiliki barang yang sedang digemari walaupun barang tersebut tidak original				
12.	Harga menjadi patokan pada saat melakkan berbelanja <i>online</i>				
13.	Saya tetap nyaman memakai barang lama walupun banya model baru keluar bermuculan di aplikasi belanja <i>online</i>				
14.	Saya membiasakan diri untuk hidip sederhana tanpa menghabiskan biaya untuk berbelanja <i>online</i>				

15.	Saya membeli barang/produk di aplikasi <i>online</i> yang akan saya tidak perlu				
16.	Saya senang membeli pakaian melalui aplikasi <i>online</i> walaupun pakaian tersebut tidak di butuhkan				
17.	Saya suka membeli accesoris-accesoris saat berbelanja <i>online</i> walaupun barang tersebut belum di butuhkan				
18.	Saya membeli pakaian yang benar-benar di butuhkan melauai aplikasi belanja <i>online</i>				
19.	Saya membeli barang/produk yang benar-benar dibutuhkan melalui alikasi <i>online</i>				
20.	Saya membeli perlengkapan kebutuhan sehari-hari , yang benar-benar di butukan melalyi aplikasi <i>online</i>				
21.	Saya berusaha memilki barang/produk yang bermerik ketika berbelanja <i>online</i>				
22.	Saya berusaha membeli barang/produk yang berkwalitas melalui aplikasi <i>online</i>				

## Lampiran 6.

### PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

pada halaman berikutnya terdapat beberapa butir pertanyaan dan empat pilihan jawaban. saudara dimintak membaca dan memahami pernyataan tersebut kemudian **check list** (√) pada salah satu kolom pilihan jawaban yang tersedia. sesuai dengan pilihan yang tepat menurut keadaan saudara. adapun pilihan anantara lain:

- SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

#### Contoh:

PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Saya membeli barang untuk kesenangan sesaat		√		

Pada kuesioner ini tidak ada pilihan benar atau salah jadi pilihlah pilihan jawaban yang benar-benar sesuai dengan diri sendiri. atas kesedian dan kejujuran saudara dalam mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimah kasih.

No	PERNYATAAN	SS	S	ST	STS
1.	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan saja				
2.	Saya mencatat seluruh pengeluaran saya setiap berbelanja di situs aplikasi berbelanja <i>online</i>				
3.	Saya memilih-milih ajakan teman untuk membeli pakaian di situs <i>online</i>				
4.	Saya menerima ajakan teman saya untuk membeli barang/produk di aplikasi belanja <i>online</i> karena banyak diskon				
5.	Saya memilih-milih ajakan teman saya untuk melihat produk pakaian di situs aplikasi <i>online</i>				
6.	Saya suka belanja di situs aplikasi belanja <i>online</i>				
7.	Saya senang melihat diskon-diskon produk pakaian di aplikasi belanja <i>online</i>				
8.	Saya menghindari berbelanja di situs aplikasi <i>online</i> saat				



	ada diskon				
9.	Saya mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli barang				
10.	Saya sulit untuk menghindari untuk tidak berbelanja di situas/aplikasi belanja <i>online</i> saat ada diskon				
11.	Saya tidak mempertimbangkan kebutuhan sebelum membeli				
12.	Saya menerima ajakna teman teman untuk membeli pakaian yang menurut saya itu belum dibutuhkan				
13.	Saya menegur teman saya jika terlalu serig mebeli barang-baang yang menurut saya bellum penting dibutuhkan				
14.	Saya menerima masukan teman saya untuk tidak menghabiskan biaya untuk berbelanja <i>online</i>				
15.	Saya merima masukan teman saya tidak mudah terayuh dengan iklan-iklan yang di tampilkan di aplikasi belanja <i>online</i>				
16.	Saya membeiarakan teman saya membeli baju yang menurut saya belum di butuhkan				
17.	Saya membiarkan teman saya yang suka berbelanja menggunakan kartu kredit tanpa batasnyauntuk berbelanja <i>online</i>				
18.	Saya diam saja melihat teman saya yang tergiur dengan iklan-iklan yang ditayangkan di TV maupun situs aplikasi <i>online</i>				
19	Saya menunda pembelian sebuah produk yang sya sukai				
20	Saya lebih senang menabung daripada membeli barang-barang yang tidak diperlukan				
21	Saya lebih senang menonton TV dari pada melihat iklan-iklan di aplikasi <i>online</i>				
22	Saya mengambil keputusan dengan buruh-buruh untuk memutuskan membeli barang/produk yang di inginkan di situs belanja <i>online</i>				

## Lampiran 7. Data Hasil penelitian perilaku Konsumtif

### Data Hasil Penelitian Self Control

NO	NAMA	USIA	NIS KELAMIN	ITEM																						sum
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
1	A	22	P	1	2	3	3	3	4	1	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	57
2	O	21	P	3	1	4	1	3	3	2	4	3	2	4	4	4	1	3	1	4	3	1	3	2	4	60
3	MH	22	P	2	1	3	2	4	3	1	4	3	2	3	2	3	3	2	3	1	4	3	2	4	2	57
4	H	22	P	2	2	4	2	3	4	2	3	4	3	4	2	2	4	2	3	2	2	4	2	3	3	62
5	NF	22	P	3	2	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	4	2	4	2	2	2	3	3	3	2	60
6	AE	21	P	4	3	4	3	4	2	2	3	4	2	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	1	4	70
7	R	21	P	4	2	3	1	4	4	1	1	3	1	4	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	57
8	IZ	21	P	3	4	2	4	3	1	2	2	4	2	2	4	4	2	3	2	2	1	2	4	1	3	57
9	RD	22	P	3	1	4	1	1	4	1	3	3	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	55
10	VR	22	P	4	2	3	2	3	4	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	2	62
11	MPUT	21	P	3	1	3	3	3	1	1	4	3	2	4	3	1	4	2	2	3	2	3	4	2	3	57
12	AA	23	P	2	1	3	2	3	4	2	4	2	4	3	4	4	1	2	3	4	3	2	3	1	4	61
13	H	22	P	3	2	4	3	4	2	3	2	4	2	3	2	2	3	4	2	3	4	3	2	1	2	60
14	E	22	P	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	3	60
15	TN	22	P	4	2	3	1	4	3	1	4	4	2	3	2	2	4	3	2	2	2	4	3	1	3	59
16	PGR	22	P	2	3	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	54
17	IRR	21	P	3	2	4	1	2	3	1	4	3	3	4	2	2	3	4	2	4	2	3	4	2	2	60
18	VE	22	P	3	2	3	1	3	3	2	4	2	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	59
19	W	22	P	4	2	2	2	4	3	1	3	4	2	3	4	4	4	2	3	2	4	3	3	2	3	64
20	VF	22	P	3	3	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	1	4	2	2	2	2	4	61
21	IE	21	P	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	2	3	2	2	3	2	3	4	1	3	57
22	SW	22	P	2	2	3	2	4	3	1	3	3	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3	2	2	4	59
23	OH	22	P	3	2	3	3	3	1	3	2	2	1	2	3	2	3	4	3	1	4	2	3	1	2	53
24	I	22	P	3	2	4	2	3	4	2	3	2	4	4	3	3	1	3	4	1	3	3	3	2	3	62

25	A	21	P	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	66
26	SSK	22	P	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	2	58
27	DS	22	P	4	3	4	3	4	3	2	3	4	2	4	4	2	4	3	2	4	3	4	3	2	4	71
28	MS	22	P	3	4	3	2	4	2	2	3	4	2	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	3	4	64
29	F	23	P	4	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	63
30	R	22	P	3	2	3	2	3	4	2	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	2	2	4	3	4	65
31	C	21	P	3	3	4	3	4	3	1	2	2	3	1	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	1	62
32	CC	22	P	2	4	4	2	3	2	2	2	2	3	1	4	2	3	2	3	1	3	4	4	2	1	56
33	AK	21	P	3	2	3	1	3	3	3	4	4	2	3	2	1	3	3	3	4	1	3	3	3	4	61
34	BB	21	P	2	3	2	2	3	2	2	4	3	3	4	3	4	1	1	4	2	3	2	3	4	1	58
35	YA	22	P	2	4	3	3	2	1	4	3	3	3	2	3	3	2	3	4	1	2	3	2	2	2	57
36	GA	21	P	3	3	4	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	3	1	3	2	3	2	2	52
37	JJ	21	P	4	2	3	3	4	3	2	3	3	4	1	2	3	1	3	1	3	1	3	2	1	3	55
38	II	22	P	4	3	4	2	4	3	2	3	2	1	4	4	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	64
39	N	22	P	3	2	4	2	3	2	3	2	1	1	2	1	1	2	3	1	3	3	4	4	3	3	53
40	GA	23	P	3	3	3	1	2	4	2	3	2	3	2	3	2	4	2	2	4	1	1	1	2	2	52
41	BL	21	P	3	3	4	2	4	2	3	2	2	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	67
42	BA	21	P	2	4	2	2	4	3	4	3	3	4	2	2	2	2	3	3	1	3	3	2	4	2	60
43	MT	23	P	3	3	4	2	3	4	2	2	2	3	1	2	2	3	1	2	4	1	1	1	2	2	50
44	AA	22	P	4	2	4	2	3	3	3	2	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	1	67
45	AAI	22	P	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	2	3	4	3	4	4	2	3	4	2	2	2	68
46	BAI	22	P	2	4	4	2	2	2	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	4	3	2	62
47	DS	22	P	2	3	4	2	3	4	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	3	2	4	2	3	65
48	B	22	P	3	3	2	4	3	3	3	1	3	2	2	1	3	2	2	1	3	4	3	3	3	2	56
49	BAJ	22	P	2	4	2	4	4	3	2	2	4	4	2	4	2	3	4	3	1	3	2	3	2	2	62

50	AJH	21	P	4	3	4	2	4	3	1	2	2	3	1	2	2	2	4	4	3	3	4	2	4	1	60	
51	RH	21	P	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	69	
52	ST	22	P	3	3	3	4	2	4	3	3	2	4	2	4	3	3	4	2	2	4	4	2	3	2	66	
53	AY	21	P	2	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	2	3	2	3	62	
54	J	21	P	1	2	2	4	4	4	3	4	1	2	1	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	1	62	
55	DN	20	P	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	68	
56	YA	22	P	2	3	4	4	3	4	2	4	2	2	1	3	2	4	1	4	4	3	1	4	4	1	62	
57	FZ	20	P	2	2	3	4	3	3	3	2	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	65
58	NT	21	P	3	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	3	2	59	
59	ZA	22	P	4	3	4	4	2	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	71	
60	FN	21	P	2	3	2	3	2	4	3	2	4	3	4	3	1	2	3	2	3	2	4	2	4	2	60	
61	EK	20	P	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	2	4	3	70	
62	DLD	23	P	2	3	2	2	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	2	2	3	2	4	66	
63	GD	22	P	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	2	3	70	
64	C	21	P	2	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	2	3	3	4	4	2	74	
65	DSH	20	P	4	3	3	2	4	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	64	
66	DA	20	P	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	1	3	4	4	2	2	1	2	1	3	2	55	
67	HN	21	P	3	3	2	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	3	3	68
68	H	22	P	3	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	71	
69	YR	22	P	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	71	
70	WT	21	P	1	2	2	4	4	4	3	3	4	2	1	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	65	
71	TF	23	P	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	1	3	2	3	3	2	3	3	2	62	
72	WD	21	P	2	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	66	
73	P	21	P	3	3	2	3	2	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	72	
74	R	20	P	2	2	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	71	

75	PK	20	P	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	61
76	RY	23	P	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4	2	2	71
77	EM	21	P	2	4	3	2	2	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	4	2	3	67
78	YR	21	P	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	2	3	3	71
79	SRT	21	P	2	4	3	1	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	72
80	R	23	P	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	2	70
81	ST	23	P	3	4	3	2	2	2	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	63
82	HJ	22	P	4	4	4	4	1	4	4	2	4	3	3	2	4	2	4	4	2	4	2	4	4	3	72
83	CR	20	P	3	4	3	2	3	2	4	4	2	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	70
84	GD	21	P	2	3	2	2	3	2	2	3	4	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3	2	3	4	63
85	RY	20	P	3	2	3	3	1	4	4	3	2	2	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	66
86	KI	20	P	2	4	4	4	1	3	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	2	2	4	3	4	4	72
87	LO	20	P	3	4	4	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	66
88	PL	20	P	2	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	4	3	2	2	3	3	4	59
89	PN	21	P	3	4	3	3	2	4	4	3	3	2	4	4	3	4	2	3	4	3	4	2	4	3	71
90	FK	21	P	4	4	4	3	2	4	4	4	2	4	2	2	4	2	3	1	4	4	3	4	3	4	71
91	CB	23	P	3	4	3	4	2	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	68
92	Q	20	P	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	3	2	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	71
93	AD	20	P	3	3	4	4	1	1	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	2	3	69
94	BT	22	P	4	2	3	3	2	1	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	68
95	AP	21	P	3	3	2	4	3	4	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	3	3	58
96	MS	21	P	3	4	3	4	2	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	2	3	4	4	72
97	LT	23	P	4	2	4	3	3	2	4	4	2	3	3	4	2	3	4	4	3	2	3	2	3	3	67
98	JR	23	P	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	74
99	KC	21	P	4	1	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	1	2	4	2	4	2	2	3	4	4	68
100	TY	22	P	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	71

**LAMPIRAN 8.****DATA HASIL PENELITIAN PERILAKU KONSUMTIF**

USIA	NIS KELAMIN	ITEM																				sum		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22
22	P	1	3	3	2	1	2	2	3	1	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	3	38
21	P	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	49
22	P	1	3	2	3	1	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	1	1	3	3	3	2	4	43
22	P	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	42
22	P	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	52
21	P	1	3	2	3	1	1	2	3	1	1	2	2	1	1	2	1	1	3	3	3	2	4	43
21	P	1	3	2	4	1	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	51
21	P	1	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	2	1	3	3	49
22	P	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	50
22	P	1	3	3	2	2	2	2	3	2	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	41
21	P	2	2	2	3	1	2	3	1	3	1	2	1	3	1	3	2	2	1	1	1	3	4	44
23	P	1	2	3	2	2	3	3	3	1	3	1	3	2	1	2	1	2	2	2	3	3	3	48
22	P	2	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	1	1	2	4	2	2	2	2	2	3	3	50
22	P	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	50
22	P	2	3	4	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	3	2	1	3	3	3	4	2	4	49
22	P	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	52
21	P	2	3	1	2	1	2	2	3	1	2	2	1	2	1	2	3	2	1	2	2	1	2	40
22	P	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	54
22	P	2	3	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	35
22	P	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	49
21	P	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	43
22	P	2	3	2	2	2	2	3	2	3	4	3	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	3	50
22	P	2	2	1	3	2	3	1	3	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	3	43
22	P	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	4	3	1	3	1	3	2	53



21	P	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	4	3	2	2	3	4	3	62
21	P	4	1	4	2	4	2	4	2	3	2	4	3	4	4	3	3	1	3	1	4	2	3	63
22	P	3	4	2	4	2	2	4	1	2	4	1	1	2	2	1	4	1	3	4	3	2	3	55
21	P	3	2	2	1	3	2	3	3	3	2	3	2	4	4	1	4	4	2	3	3	1	3	58
21	P	1	4	3	2	3	1	1	2	3	1	4	4	3	4	1	4	3	2	4	3	2	3	58
20	P	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	3	2	1	4	60
22	P	2	1	1	2	3	4	2	3	3	1	2	1	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	52
20	P	2	3	2	4	3	3	4	2	3	1	2	1	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	56
21	P	1	2	4	3	3	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	4	44
22	P	3	2	3	4	2	2	1	1	2	1	1	2	4	3	1	1	3	2	2	3	3	3	49
21	P	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	1	52
20	P	1	2	1	2	2	1	1	2	4	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	39
23	P	2	4	3	3	4	3	2	2	3	4	1	2	2	4	1	2	1	3	2	2	3	2	55
22	P	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	4	3	2	2	4	1	4	3	3	4	2	51
21	P	3	2	4	4	1	2	1	3	2	4	2	4	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	51
20	P	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	34
20	P	1	4	2	2	1	1	4	2	1	4	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	42
21	P	1	2	2	2	2	2	4	3	3	1	1	1	1	1	3	1	2	2	1	2	2	2	41
22	P	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	34
22	P	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	39



21	P	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	40
23	P	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	2	2	2	1	3	1	42
21	P	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	4	4	57
21	P	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	48
20	P	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	38
20	P	1	1	2	3	2	2	2	3	1	1	3	1	4	3	2	1	2	2	3	3	1	2	45
23	P	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4	3	2	2	2	1	1	3	2	2	2	2	1	53
21	P	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	45
21	P	2	1	1	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	38
21	P	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	59
23	P	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	33
23	P	4	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	2	2	2	3	2	3	3	2	58
22	P	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	3	1	2	2	43
20	P	1	2	1	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	1	38
21	P	4	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	1	4	3	2	3	3	2	1	51
20	P	2	1	1	1	4	3	3	4	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	35
20	P	2	2	3	2	4	1	2	3	4	2	2	4	2	4	2	2	1	1	2	2	2	3	52
20	P	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	33
20	P	4	2	3	4	3	2	4	2	2	3	1	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	63
21	P	2	1	1	1	4	3	3	4	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	35

21	P	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	59
23	P	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	33
20	P	2	2	4	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	39
20	P	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	33
22	P	3	4	1	1	2	4	1	4	3	3	1	3	1	3	1	1	2	4	3	3	4	3	55
21	P	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	41
21	P	3	4	2	3	1	2	3	4	2	3	2	3	4	2	2	1	4	3	3	1	1	1	54
23	P	2	1	1	1	4	3	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	34
23	P	2	2	1	2	4	4	4	4	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	46
21	P	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	45
22	P	2	1	1	1	2	3	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	31

## Lampiran 9.

## UJI NORMALITAS

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		VAR00001	VAR00002
N		100	100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	59.6200	63.0900
	Std. Deviation	11.05339	7.50501
Most Extreme Differences	Absolute	.056	.071
	Positive	.056	.071
	Negative	-.049	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.563	.712
Asymp. Sig. (2-tailed)		.909	.691
a. Test distribution is Normal.			

Lampiran 10. Mean Empirik Perilaku Konsumtif dan *Self control*

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
perilaku konsumtif	100	31.00	63.00	47.4000	7.79407
self control	100	50.00	74.00	63.5700	5.86938
Valid N (listwise)	100				

**Lampiran 11. Mean Empirik Perilaku Konsumtif per Aspek**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pembelian Impulsif	100	14.00	27.00	20.0000	3.04843
Pemborosan	100	10.00	25.00	16.5900	3.77417
Pembelian Tidak rasional	100	5.00	17.00	10.8100	2.65031
Valid N (listwise)	100				

**Lampiran 12. Mean empirik *self control* per aspek**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kontrol Perilaku	100	15.00	25.00	20.1700	2.30088
Kontrol Kognitif	100	20.00	39.00	32.1300	3.69454
Pembelian Tidak rasional	100	6.00	16.00	11.2700	1.83598
Valid N (listwise)	100				

### Lampiran 13. Uji hipotesis

#### Correlations

		VAR0000 1	VAR0000 2
VAR0000 1	Pearson Correlation	1	-.200*
	Sig. (2-tailed)		.046
	N	100	100
VAR0000 2	Pearson Correlation	-.200*	1
	Sig. (2-tailed)	.046	
	N	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran 14. Uji Linearlitas

#### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
VAR00001 *	100	100.0%	0	.0%	100	100.0%
VAR00002						

Report

VAR00001

VAR0 0002	Mean	N	Std. Deviation
50	44.0000	1	.
52	46.5000	2	3.53553
53	50.0000	2	9.89949
54	52.0000	1	.
55	48.3333	3	5.68624

56	51.5000	2	4.94975
57	46.8571	7	7.19788
58	46.3333	3	4.72582
59	52.0000	5	7.10634
60	51.0000	8	6.02376
61	47.0000	4	1.82574
62	51.0000	10	7.19568
63	53.6667	3	3.78594
64	40.7500	4	7.27438
65	48.7500	4	7.18215
66	46.8333	6	10.66615
67	45.0000	4	8.04156
68	46.3333	6	9.75021
69	48.0000	2	21.21320
70	40.8000	5	6.72309
71	41.7273	11	8.63818
72	51.2000	5	6.05805
74	48.5000	2	3.53553
Total	47.4000	100	7.79407

**Lampiran 15. ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
VAR00001 *	Between Groups	(Combined)	1410.194	22	64.100	1.072	.395
VAR00002		Linearity	240.572	1	240.572	4.024	.048
		Deviation from Linearity	1169.622	21	55.696	.932	.553
	Within Groups		4603.806	77	59.790		
	Total		6014.000	99			

**Lampiran 16. Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
VAR00001 * VAR00002	-.200	.040	.484	.234



